

**Le imprese lombarde
nell'emergenza sanitaria Covid-19:
investimenti, digitalizzazione,
conseguenze e strategie**

A cura di Antonella Rosso

gennaio 2021



Pubblicazione non in vendita.
Nessuna riproduzione, traduzione o adattamento
può essere pubblicata senza citarne la fonte.
Copyright® PoliS-Lombardia

PoliS-Lombardia
Via Taramelli, 12/F - 20124 Milano
www.polis.lombardia.it

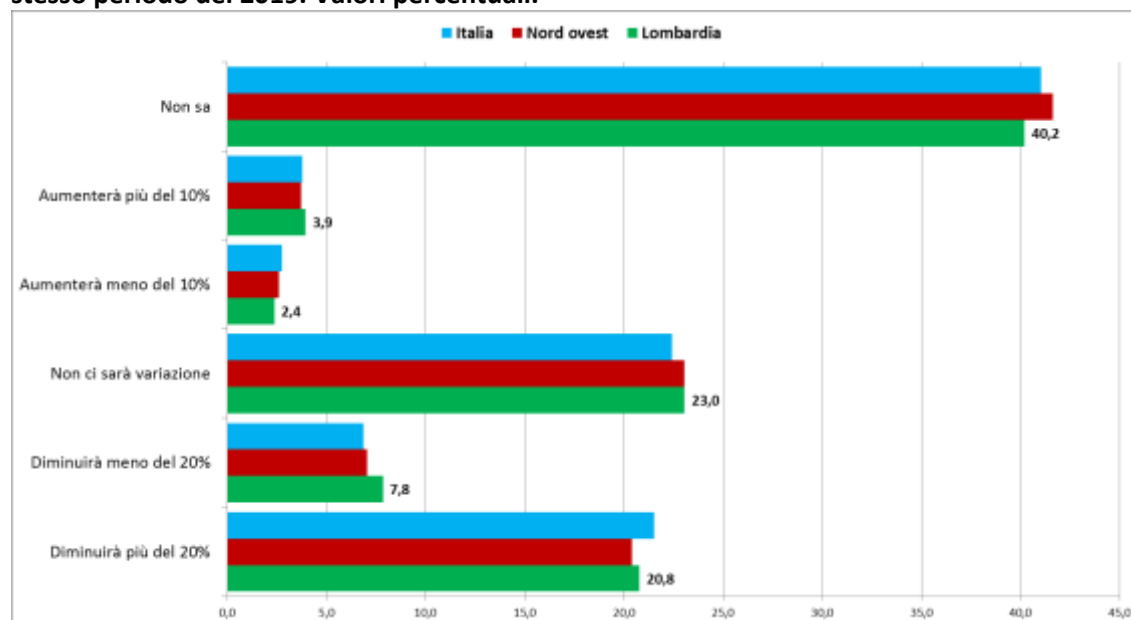
Le analisi qui presentate sono il risultato di elaborazioni di Polis Lombardia sui dati ISTAT provenienti dalla seconda edizione della rilevazione "Situazione e prospettive delle imprese nell'emergenza sanitaria Covid-19" condotta tra il 23 ottobre e il 16 novembre 2020 con l'obiettivo di aggiornare le informazioni raccolte nella prima edizione (realizzata tra l'8 e il 29 maggio 2020) e consentire nuove valutazioni in merito agli effetti che la pandemia ha avuto sull'attività delle imprese e le loro prospettive.

La rilevazione dell'ISTAT ha interessato un campione nazionale di circa 90mila imprese con 3 e più addetti, rappresentative di un universo di poco più di un milione di unità¹. Il presente Report si focalizza sui dati della Lombardia², confrontati con quelli della ripartizione Nord-ovest e nazionali. Per effetto degli arrotondamenti alla prima cifra decimale può accadere che la somma totale dei valori percentuali per regione, ripartizione e nazione, inseriti nelle Tabelle del presente Report, non sia uguale a 100.

Impatto sulle imprese: investimenti

La spesa per investimenti delle imprese lombarde nel semestre luglio-dicembre 2020 rispetto allo stesso periodo del 2019 (Figura 1) mostra una prospettiva nel complesso peggiore che nella media nazionale anche se rivela una migliore tendenza nelle fasce estreme: tale spesa, nell'opinione degli imprenditori al momento della rilevazione, sarebbe diminuita per il 28,6% dei casi (un poco più del dato italiano 28,4%) ma nel dettaglio della variazione la diminuzione oltre il 20% è più contenuta in Lombardia (20,8% contro il 21,5% nazionale); il settore che vede una diminuzione significativa degli investimenti (Figura 2) è quello del capitale umano e formazione (diminuirà per il 13,4% delle imprese lombarde contro il 15,6% nazionale).

Figura 1 - Variazione della spesa per investimenti nel semestre luglio-dicembre 2020 rispetto allo stesso periodo del 2019. Valori percentuali.



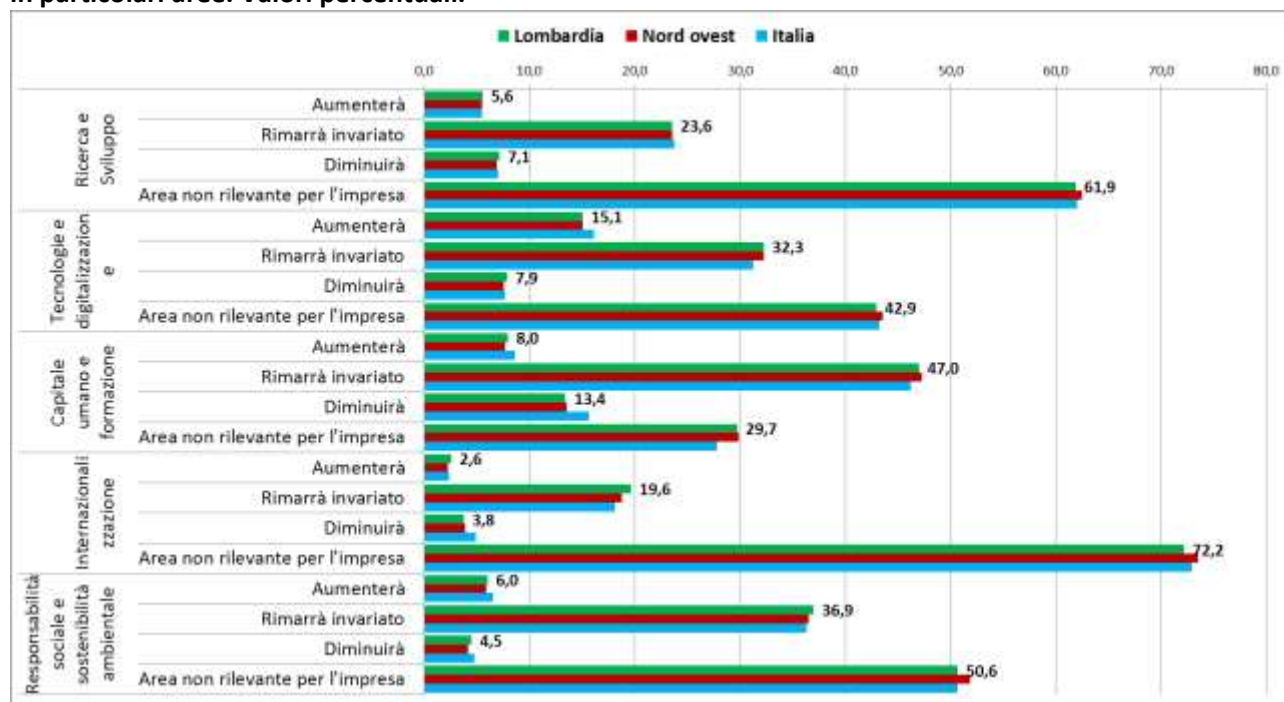
Fonte: Elaborazioni Polis Lombardia - Statistica su dati ISTAT

¹ Sono 90.461 le imprese del campione nazionale e 1.019.786 quelle dell'universo di riferimento.

² Sono 12.721 le imprese del campione lombardo (14,1% del campione nazionale) a fronte di 193.087 imprese dell'universo di riferimento regionale (18,9% dell'universo nazionale).

La spesa per investimenti non subirà variazioni nel 23% dei casi lombardi (22,4% in Italia) mentre aumenterà per il 6,3% (contro il 6,5% nazionale) e in questo caso l'aumento oltre il 10% è leggermente superiore in Lombardia che in Italia (3,9% contro 3,8%); il settore delle tecnologie e digitalizzazione è quello che vedrà aumentare di più gli investimenti (per il 15,1% delle imprese lombarde contro il 16,1% nazionale). Da segnalare che il 40,2% delle imprese lombarde al momento della rilevazione non sapeva dire quale sarebbe stata la variazione della spesa per investimenti nel secondo semestre del 2020.

Figura 2 - Variazione del livello complessivo degli investimenti realizzati dall'impresa rispetto al 2019 in particolari aree. Valori percentuali.



Fonte: Elaborazioni PolIS-Lombardia su dati ISTAT

Tecnologie digitali

L'utilizzo delle tecnologie digitali ha avuto un forte impulso dalla crisi pandemica ed anche i dati appena illustrati sugli investimenti lo confermano. Le restrizioni hanno determinato un'accelerazione nella transizione al digitale in aree quali le tecnologie adottate, la comunicazione interna all'impresa (vista anche la diffusione dello smart working), la comunicazione all'esterno e i canali di commercializzazione di prodotti e servizi.

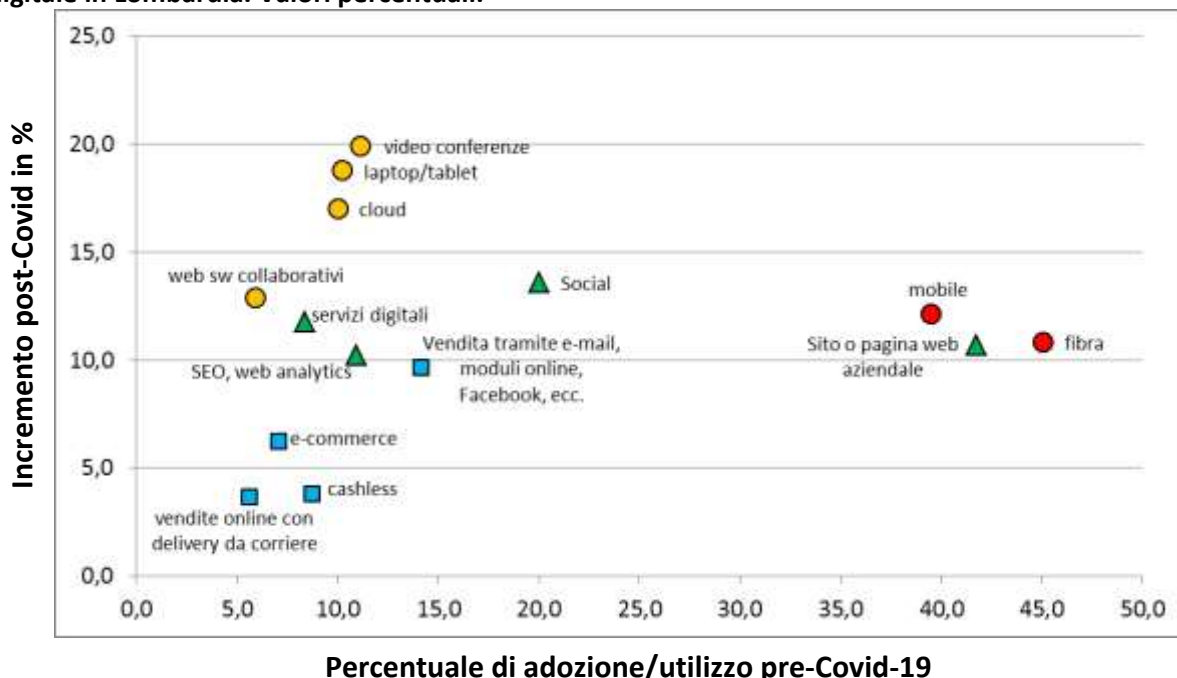
Il presente report si focalizza sull'impatto della crisi in Lombardia per le quattro categorie indagate di pratiche aziendali connesse alle tecnologie digitali (Figura 3): tecnologie di connessione ad internet (cerchio rosso); tecnologie e pratiche di comunicazione interna (cerchio giallo); tecnologie e pratiche di comunicazione esterna (triangolo verde); tecnologie e pratiche di commercializzazione (quadrato azzurro).

Tecnologie di connessione ad internet

Vi è stata una forte espansione della connettività a banda ultralarga spinta dalla pandemia: già ampiamente diffusa in periodo pre-Covid-19 con connessioni via fibra nel 45,1% delle imprese lombarde (46,2% in Italia) e 39,5% via rete mobile (41,7% nazionale) ha visto un

incremento in termini sia di qualità sia di disponibilità per entrambe le modalità di connessione (10,8% per la fibra e 12,1% rete mobile).

Figura 3 - Conseguenze dell'emergenza da Covid-19 sulle modalità di comunicazione e collaborazione digitale in Lombardia. Valori percentuali.



Fonte: Elaborazioni Polis-Lombardia su dati ISTAT

Legenda: tecnologie di connessione ad internet (cerchio rosso); tecnologie e pratiche di comunicazione interna (cerchio giallo); tecnologie e pratiche di comunicazione esterna (triangolo verde); tecnologie e pratiche di commercializzazione (quadrato azzurro).

Tecnologie e pratiche di comunicazione esterna

La disponibilità di connessione ha posto le basi per una crescita anche dei servizi di comunicazione digitale con il pubblico. I siti web aziendali, considerati già adeguati prima dell'emergenza dal 41,8% delle imprese lombarde, sono stati introdotti o migliorati da un ulteriore 10,7%, raggiungendo una copertura pari al 52,5%.

Appare in crescita l'offerta al pubblico di servizi digitali complementari all'attività caratteristica delle imprese. Innanzitutto, l'interazione con la clientela attraverso i social media, già presente nel 20% delle imprese, è stata introdotta o migliorata durante la crisi Covid-19 da un ulteriore 13,6%. I servizi digitali (newsletter, tutorial, webinar, corsi, ecc.), che erano forniti dall'8,4% delle imprese lombarde, sono stati molto rafforzati o introdotti da una quota rilevante d'impres (11,8%) e sono ora resi disponibili dal 20,2% delle imprese. È praticamente raddoppiata la presenza di investimenti tecnologici per migliorare la qualità e l'efficacia del sito web: questi investimenti, che in precedenza riguardavano il 10,9% delle imprese lombarde, sono divenuti pratica comune per il 21,1% delle imprese.

Tecnologie e pratiche di comunicazione interna

Per quanto riguarda la comunicazione interna all'impresa, l'utilizzo di applicazioni di messaggistica e di video-conferenza è quasi triplicato: dall'11,1% di imprese lombarde nella fase pre-pandemia all'attuale 31%.

Facilità d'uso e costi contenuti hanno sicuramente reso questi strumenti la base per lo sviluppo dello smart working che però necessita di altre infrastrutture: i server cloud e le postazioni di lavoro virtuali a livello centrale, già disponibili nel 10% delle imprese in

Lombardia, ora riguardano il 27% del totale delle imprese regionali, mentre le apparecchiature informatiche fornite ai dipendenti, considerate già adeguate dal 10,2% delle imprese, sono state oggetto di investimento per un ulteriore 18,8%. Persino le applicazioni software più specialistiche per la gestione condivisa di progetti, utilizzate in precedenza dal 5,9% delle imprese, hanno visto espandere la loro diffusione (incremento post-Covid-19 del 12,9%).

Tecnologie e pratiche di commercializzazione

L'utilizzo di canali di vendita online da parte delle imprese, sebbene in forte sviluppo durante la pandemia, resta piuttosto limitato. La vendita di beni o servizi mediante proprio sito web (e-commerce), adottata prima della crisi Covid-19 dal 7,1% delle imprese lombarde con 3 addetti e oltre, è quasi raddoppiata e riguarda attualmente il 13,3% delle stesse. Si stima quindi che circa 20mila imprese in Lombardia dispongano attualmente di siti web per l'e-commerce e che circa 5600 abbiano intenzione di realizzarlo entro un anno.

Inoltre, una parte dell'offerta online di prodotti e servizi è mediata da piattaforme digitali: prima della crisi venivano utilizzate dall'1,7% delle imprese lombarde ma con l'emergenza la quota è salita al 2,8%.

L'interazione diretta con i clienti, ad esempio via e-mail, è il canale digitale di commercializzazione più utilizzato dalle imprese (14,1% pre-Covid-19, ha raggiunto il 23,7% durante la crisi). Anche il sistema dei pagamenti è influenzato dalla digitalizzazione: dal 4,3% prima della crisi, la quota di imprese che utilizzano sistemi di pagamento sicuro via Internet è passata all'8,1%. Riguardo alla diffusione dei pagamenti elettronici (cashless), l'incidenza d'imprese lombarde che li hanno adottati durante la crisi è passata da 8,7% a 12,5%.

Conseguenze e strategie

La fase di prolungata pandemia ha prodotto un ampio insieme di effetti negativi sull'attività delle imprese italiane in generale. In particolare a livello lombardo, l'81,8% delle unità produttive con almeno tre addetti (Tabella 1) segnala come minimo un elemento che condiziona in maniera negativa la propria attività nel corso del 2021 (82,3% in Italia). Sono pari al 18,2% le imprese lombarde che prevedono di non subire alcuna conseguenza sfavorevole (o al limite di poter avere effetti positivi) contro il 17,7% nazionale.

I principali effetti negativi previsti fino a giugno 2021 dalle imprese lombarde, quali conseguenze dell'emergenza da Covid-19, si concentrano in primo luogo sul lato della domanda, della liquidità e dell'operatività. Si ridurrà infatti la domanda nazionale dei beni o servizi (inclusa la domanda turistica) secondo l'opinione del 38,8% delle imprese in Lombardia e si ridurrà anche la domanda quale conseguenza delle restrizioni dovute all'attuazione dei protocolli sanitari (es. distanziamento, limitazioni all'accesso dei clienti nei locali dell'impresa, ecc.) per il 36,9% delle imprese. In un terzo dei casi si manifesteranno seri problemi di liquidità (33,3%) e per ben più di un quarto vi saranno seri rischi operativi e di sostenibilità dell'attività (28,5%).

Tabella 1 – Effetti previsti causati dall'emergenza da Covid-19 sull'impresa fino a giugno 2021. Valori percentuali.

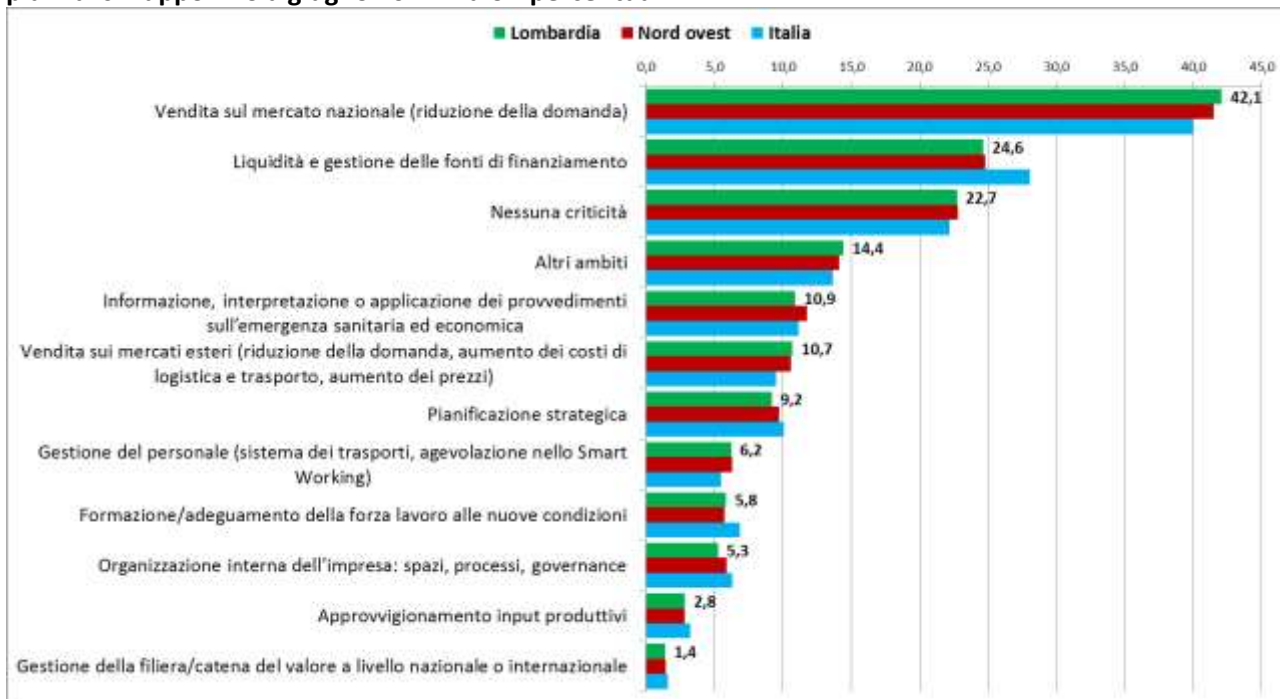
		Valori percentuali		
		Lombardia	Nord ovest	Italia
MINOR DOMANDA	nazionale dei beni o servizi	38,8	39,3	37,6
	causa protocolli sanitari	36,9	37,4	38,4
	dall'estero dei beni o servizi	15,5	16,9	15,5
OPERATIVITA'	seri rischi operativi e di sostenibilità dell'attività	28,5	28,3	31,8
	riduzione o interruzione fornitura di materie prime, semilavorati o input intermedi	5,0	5,2	5,0
	cessazione di sedi dell'impresa in Italia o all'estero	2,3	1,9	1,8
LIQUIDITA'	seri problemi di liquidità	33,3	32,9	33,5
PREZZI E COSTI	aumento prezzi MP, semilavorati o input intermedi	18,7	18,4	18,2
	maggiori difficoltà X/M causa aumento costi trasporto e logistica	6,9	6,8	6,4
FIERE	riduzione attrattiva beni o servizi per impossibilità di fiere o eventi	12,9	13,2	12,9
ALTRO	altro effetto	6,8	7,2	7,2
NORMALITA'	non prevede effetti particolari sull'impresa	17,5	17,9	17,0
MIGLIORAMENTO	aumento del livello di attività dell'impresa	0,7	0,6	0,7

Fonte: Elaborazioni Polis-Lombardia su dati ISTAT

I principali ambiti in cui le imprese lombarde stanno riscontrando criticità tali da compromettere i propri piani di sviluppo fino a giugno 2021 (Figura 4) sono legati all'area delle vendite sul mercato nazionale (riduzione della domanda) nel 42,1% dei casi (40% in Italia), la liquidità e la gestione delle fonti di finanziamento (24,6% contro 28% nazionale), l'informazione, interpretazione o applicazione dei provvedimenti sull'emergenza sanitaria ed economica (10,9% dei casi contro 11,2% in Italia). Infine da segnalare anche la vendita sui mercati esteri (riduzione della domanda, aumento dei costi di logistica e trasporto, aumento dei prezzi) per il 10,7% delle imprese regionali (più che in Italia dove impatta per il 9,5%).

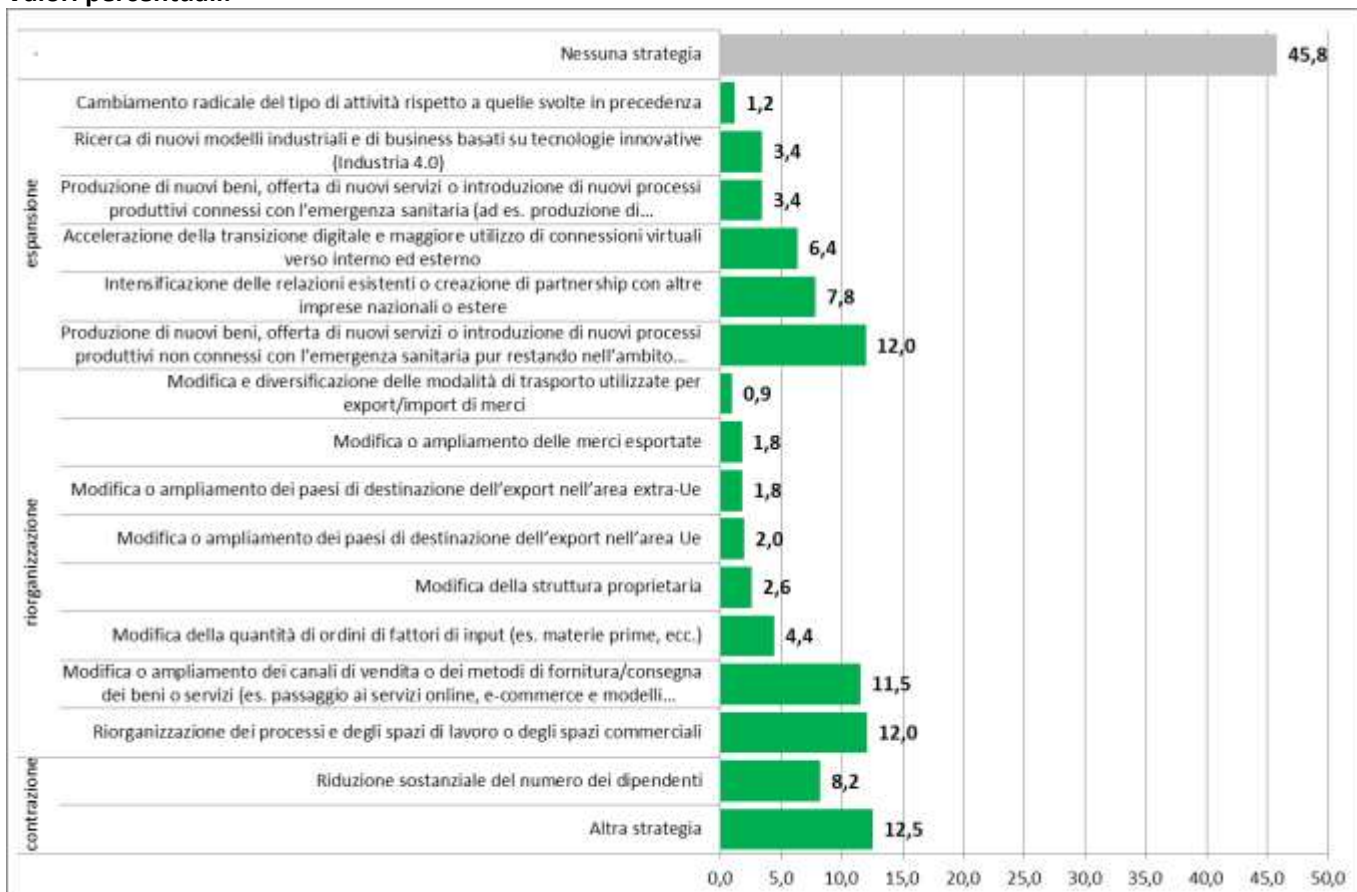
Tra il 54,2% delle imprese lombarde (Figura 5) che dichiarano di aver pianificato qualche forma di reazione da attuare fino a giugno 2021 (57% nazionale), la maggioranza relativa ha scelto strategie riconducibili alla riorganizzazione dell'attività (37%) quale quella inerente i processi e gli spazi di lavoro o commerciali (12%) e la modifica o ampliamento dei canali di vendita o dei metodi di fornitura/consegna dei beni o servizi (es. passaggio ai servizi online, e-commerce e modelli distributivi multi-canale) per l'11,5% dei casi. Seguono le strategie d'espansione (34,1%), in primo luogo rappresentate dalla produzione di nuovi beni, offerta di nuovi servizi o introduzione di nuovi processi produttivi non connessi con l'emergenza sanitaria, pur restando nell'ambito della propria attività economica (12%), e l'intensificazione delle relazioni esistenti o la creazione di partnership con altre imprese nazionali o estere (7,8%).

Figura 4 - Principali ambiti in cui l'impresa sta riscontrando criticità tali da compromettere i propri piani di sviluppo fino a giugno 2021. Valori percentuali.



Fonte: Elaborazioni PolIS-Lombardia su dati ISTAT

Figura 5 - Strategie che l'impresa ha già adottato o sta valutando di adottare fino a giugno 2021. Valori percentuali.



Fonte: Elaborazioni PolIS-Lombardia su dati ISTAT

